

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.2 Perilaku Konsumen	12
2.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.3 Motivasi	14
2.3.1 Teori Motivasi	16
2.3.2 Hubungan Motivasi dengan Keputusan Pembelian	17
2.4 Gaya Hidup	18
2.4.1 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	23
2.5 Keputusan Pembelian	23
2.5.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.6 Pandangan Islam	29
2.7 Penelitian Terdahulu	30
2.8 Variabel Penelitian	32
2.9 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	32
2.10 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu penelitian	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.5 Metode Analisis Data	37
3.6 Uji Kualitas Data	38
3.7 Uji Asumsi Klasik	39
3.8 Analisis Linear Berganda	40
3.9 Uji Hipotesis	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1	Sejarah Singkat Salon Mahkota Pekanbaru.....	44
4.2	Visi dan Misi Salon Mahkota Pekanbaru.....	44
4.2.1	Visi.....	44
4.2.2	Misi.....	44
4.3	Struktur Organisasi Salon Mahkota Pekanbaru	45
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Demografi Responden.....	47
5.1.1	Responden Berdasarkan Umur.....	47
5.1.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
5.1.3	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	49
5.2	Deskriptif Variabel.....	49
5.2.1	Motivasi	50
5.2.2	Gaya Hidup	52
5.2.3	Keputusan Pembelian.....	54
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
5.3.1	Uji Validitas.....	56
5.3.2	Uji Reliabilitas.....	58
5.4	Uji Normalitas	59
5.5	Uji Asumsi Klasik	61
5.5.1	Uji Multikolinearitas.....	61
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	63
5.5.3	Uji Outokorelasi.....	64
5.6	Analisis Regresi Berganda.....	65
5.7	Uji t Hitung	67
5.8	Uji F Hitung.....	68
5.9	Analisis Koefisien Determinasi	69
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	71
6.2	Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN